

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). Penelitian penjelasan bertujuan untuk menjelaskan hubungan satu variabel dengan variabel yang lain (Bungin, 2005:51). Jenis penelitian ini adalah deskriptif korelasional, maka dipandang sesuai dengan penelitian ini karena bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang variabel yang diteliti dan bersifat korelasi karena penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa eratnya hubungan tersebut serta berarti atau tidaknya hubungan itu (Nazir, 2005:76). Oleh karenanya, penelitian ini juga dinamakan penelitian pengujian hipotesa atau *testing research*. Walaupun uraiannya juga mengandung deskripsi, tetapi sebagai penelitian rasional fokusnya terletak pada penjelasan hubungan-hubungan antar variabel. Alasan utama pemilihan jenis penelitian eksplanatori ini untuk menguji hipotesis yang diajukan. Jadi dalam penelitian ini pengujian hipotesis merupakan pengujian hubungan antara dua variabel atau lebih, yang difokuskan untuk menjelaskan seberapa besar hubungan antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*).

Menurut pengukuran dan analisis datanya, maka jenis penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk angka dan dianalisis dengan statistik. Hal ini dimaksudkan

untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara dua variabel atau lebih, yaitu variabel Terpaan Iklan terhadap *Brand Awareness* dan *Brand Attitude* (Arikunto, 2006).

## B. Rancangan atau Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel sebagai suatu atribut atau sifat / nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009). Variabel yang dimaksud dalam penelitian ini terdiri dari dua macam variabel, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel yang tergantung pada variabel lainnya, serta variabel bebas (*independent variable*) atau variabel yang tidak tergantung pada variabel yang lainnya. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah:

a) Sebagai variabel bebas (Independent Variable) yaitu :

Terpaan Iklan (X) yang meliputi 3 dimensi, yaitu:

- 1) Frekuensi ( $X_1$ )
- 2) Durasi ( $X_2$ )
- 3) Intensitas ( $X_3$ )

b) Variabel *intervening* adalah tipe variabel-variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel-variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung. Variabel *intervening* merupakan variabel yang terletak diantara variabel-variabel independen dengan variabel-variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen (Indriantoro, 2006). Variabel Intervening dalam

penelitian ini adalah *brand awareness*(Y) rokok sampoerna A Motion yang meliputi 3 dimensi, yaitu:

- 1) *Recognition* (pengenalan brand) ( $Y_{1.1}$ )
- 2) *Recall* (pengingatan kembali merek) ( $Y_{1.2}$ )
- 3) *Brand Unaware* (tidak menyadari merek) ( $Y_{1.3}$ )
- 4) *Top of Mind* (puncak pikiran)

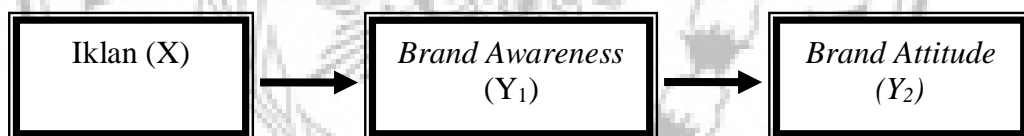
c) Variabel terikat (Dependent Variable) yaitu *brand attituderokok*

Sampoerna A Motion ( $Y_2$ ) yang meliputi 3 dimensi, yaitu:

- 1) Tertarik ( $Y_{2.1}$ )
- 2) Kepercayaan ( $Y_{2.2}$ )
- 3) Kesan Positif ( $Y_{2.3}$ )

Berdasarkan uraian tersebut, maka hubungan antar variabel dalam penelitian dapat dibuat gambar sebagai rancangan penelitian berikut ini :

**Gambar 3.1**  
**Desain Penelitian**



**Keterangan :**

X = Variabel Bebas (Iklan)

$Y_1$  = Variabel Intervening (*Brand Awareness*)

$Y_2$  = Variabel Terikat (*Brand Attitude*).

## **C. Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **a. Lokasi Penelitian**

Sugiono (2001:72) mendefinisikan lokasi sebagai “tempat atau wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah di wilayah sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Malang dengan obyek penelitiannya adalah mereka yang sedang merokok atau sedang membeli rokok di wilayah kampus .

Penentuan besarnya jumlah obyek penelitian, penulis melakukan penelitian pendahuluan atau observasi dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) Penulis melakukan penelitian pendahuluan atau observasi di lapangan kepada calon responden yang kebetulan peneliti temui saat sedang merokok atau membeli rokok.
- 2) Setelah melakukan penelitian pendahuluan atau observasi, didapat beberapa responden yang peneliti temui sedang merokok atau membeli rokok di wilayah sekitar Kampus UMM sejumlah 125 orang.

### **b. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dimulai pada 17 April – 3 Mei 2017.

## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah totalitas semua nilai kuantitatif yang meliputi kualitatif mengenai karakteristik tertentu dan semua kumpulan yang

lengkap dan yang jelas ingin dipelajari sifatnya (Sudjana, 2002). Populasi dalam penelitian ini adalah siapapun yang berada di lingkungan Kampus Universitas Muhammadiyah Malang yang diketahui sedang merokok atau sedang membeli rokok di lingkungan kampus. Hal ini merupakan pertimbangan dalam menentukan populasi yaitu dengan kriteria yang sudah ditentukan peneliti diantaranya :

- (1) Laki-laki yang berada di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Malang dengan jarak dari arah Barat sampai ke Timur, dari Utara sampai Selatan  $\pm 200$  m.
- (2) Sedang membeli rokok dan diketahui sedang merokok
- (3) Orang yang pernah melihat iklan sampoerna

## **2. Sampel**

Begitu banyaknya populasi dalam penelitian ini, untuk mempermudah pengumpulan data perlu dilakukan pengambilan sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik Non Probability Sampling yaitu teknik Insidental Sampling. Menurut Sugiyono (2010:124), Insidental Sampling adalah Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan cara insidental *sampling* yaitu konsumen yang sedang mengkonsumsi atau yang membeli rokok Sampoerna *A Motion*.

a. Teknik Penentuan Sampel

Adapun untuk menentukan jumlah sampel yang diambil, penulis menggunakan rumus Slovin dan Sevilla sebagai berikut (Umar, 2008):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi yaitu 125 orang

e = taraf kesalahan yaitu 10% atau 0,1

Hasil penelitian yang telah diperoleh dari sekian banyak mahasiswa yang berhasil ditemui sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dan bersedia menjadi responden sebanyak 125 orang. Berdasarkan hitungan dengan menggunakan rumus Slovin dan Sevilla tersebut dapat diketahui bahwa:

$$\text{Nilai } n = \frac{125}{1 + 125 \times (0,10 \times 0,10)} = \frac{125}{1 + 125 \times 0,01} = \frac{125}{2,25} = 55,55$$

b. Jumlah Sampel

Berdasarkan rumus Slovin dan Sevilla di atas, maka jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 55,55 dan dibulatkan menjadi 56 orang.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini diantaranya adalah :

### **1. Kuesioner**

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden (Arikunto, 2006:128) dengan kuesioner ini dapat mengetahui gambaran secara diskriptif mengenai pendapat siswa melalui skor jawaban yang dipilihnya. Penggunaan kuesioner sebagai pendukung instrumen dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap atau tanggapan mahasiswa terhadap produk rokok Sampoerna *A Motion*.

### **2. Teknik Dokumentasi**

Arikunto (2006:206) mengemukakan “Metode dokumentasi sebagai upaya mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku/literature, iklan – iklan melalui baleho, benerbener dan sebagainya”.

## **F. Instrumen Penelitian**

Sugiyono (2009:97) mendefinisikan instrumen penelitian sebagai “Suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Sedangkan menurut Arikunto (2006:128) “Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau tentang hal-hal yang ia ketahui”. Pada umumnya instrumen penelitian merupakan alat untuk

melakukan pengukuran terhadap fenomena-fenomena yang ada disekitar kita. Pada prinsipnya kegiatan penelitian ini adalah kegiatan yang melakukan pengukuran, untuk itu peneliti di dalam menerapkan metode penelitian menggunakan instrumen atau alat agar data yang diperoleh dapat diolah secara akurat.

Skala yang digunakan pada instrumen penelitian ini adalah menggunakan skala *Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Contoh : sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju. Pemberian nilai untuk masing-masing instrumen juga bergradasi, yaitu sangat setuju = 5, setuju = 4, ragu-ragu = 3, tidak setuju = 2, sangat tidak setuju = 1. (Freddy Rangkuti, 2002:66-67).

Adapun rumus yang digunakan dalam menjalankan elemen-elemen kreatifitas iklan yang dapat menghasilkan iklan yang baik dan diminati oleh konsumen adalah dengan rumus AIDCA dari Kasali (2005). Rumus ini dapat diterapkan dalam kisi-kisi instrument sebagai penjabaran variabel penelitian.



**Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penjabaran Variabel**

VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	No. ITEM	TEKNIK PENGUMPULAN DATA
<i>Iklan-Aidca</i> (Sumber : Kasali, 2005)	<i>Attention</i> (Perhatian)	Daya Tarik	Saya sering melihat iklan rokok A Motion.	Kuesioner
			Saya tertarik dengan Iklan rokok Sampoerna A Motion melalui banner.	Kuesioner
			Menurut saya, gambar Iklan rokok Sampoerna A Motion kurang menarik.	Kuesioner
	Interest (Berminat)	Mencoba	Desain iklan rokok Sampoerna A Motion menarik.	Kuesioner
			Corak warna pada desainnya juga menarik.	Kuesioner
			Pemilihan desainnya menggambarkan lingkungan yang nyata.	Kuesioner
	Desire (keinginan)	Minat	Saya penasaran dengan iklan rokok Sampoerna A Motion.	Kuesioner
			Saya harap iklan rokok Sampoerna A Motion terpasang di seluruh pusat keramaian kota.	Kuesioner
			Saya ingin Iklan rokok Sampoerna A Motion dipasang secara berkala.	Kuesioner
	Conviction (Percaya)	Yakin	Saya percaya iklan rokok Sampoerna A Motion, banyak di kenal masyarakat.	Kuesioner
			Saya percaya iklan rokok Sampoerna A Motion, banyak yang berminat.	
			Saya percaya iklan rokok Sampoerna A Motion bagus.	
	<i>Action</i> (Tindakan)	Mencoba/ Membeli	Saya terpengaruh setelah melihat iklan rokok Sampoerna A Motion.	Kuesioner
			Setelah saya melihat iklan rokok Sampoerna A Motion, saya berminat untuk membeli.	
			Setelah saya melihat iklan rokok Sampoerna A Motion, saya kurang berminat untuk membeli.	

VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	No. ITEM	TEKNIK PENGUMPULAN DATA
<i>Awareness</i> (Rossiter dan Percy, 1997)	Kesadaran Merek	Mudah diingat	Saya pernah melihat rokok A Motion.	Kuesioner
			Saya pernah melihat rokok A Motion ketika ada event.	
			Saya ingat rasa rokok A Motion cukup enak.	
		Terkenal	Rokok A Motion mudah dikenal masyarakat.	
		Ingat Merek	Rokok A Motion menjadi terkenal setelah mengadakan event.	Kuesioner
			Rokok A Motion banyak dikenal daripada merek lain.	
			Rokok Sampoerna A Motion dapat mempengaruhi konsumen.	
<i>Brand Attitude</i> (Chaundhari, 1999)	Sikap Konsumen	Tertarik	Saya membeli produk rokok A Motion karena menarik.	Kuesioner
			Saya tertarik dengan produk rokok Sampoerna A Motion, karena citra perusahaan sudah dikenal masyarakat.	
			Saya tidak tertarik dengan produk rokok Sampoerna A Motion, karena rokok yang saya beli adalah kretek.	
		Kepercayaan Kepercayaan	Saya percaya pada rokok Sampoerna A Motion, karena sudah membuktikan.	Kuesioner
			Saya percaya pada produk rokok A Motion, karena saya yakin rokok ini milik Sampoerna.	
			Saya percaya pada produk rokok A Motion, karena rasanya enak.	
		Kesan Positif	Rokok Sampoerna A Motion berhasil memberi kesan positif, karena banyak teman di kampus beralih pada produk rokok ini.	Kuesioner
			Rokok Sampoerna A Motion berhasil memberi kesan positif karena disamping rasa dan jumlahnya lebih banyak, harganya pun lebih murah.	
			Kualitas rokok A Motion telah memberikan kesan positif pada saya, karena produksi Sampoerna.	

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner, dimana responden akan diminta untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan dalam angket tersebut dengan maksud untuk memperoleh data mentah dari responden, yang kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan *SPSS 17.0 for windows*.

### 1. Uji Coba Instrumen

Sebelum digunakan untuk mengumpulkan data instrumen diuji lebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Uji coba dilakukan untuk mengupayakan agar instrumen yang disusun dapat digunakan untuk menjangkau data secara akurat. Kedua uji coba tersebut mutlak dilakukan agar data yang diperoleh dapat diyakini secara ilmiah.

#### a) Uji Validitas

Arikunto (2006) mendefinisikan validitas sebagai “Suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan instrument”. Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah instrumen yang digunakan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Instrumen dapat dikatakan valid apabila probabilitas ( $p$ ) pada masing-masing butir pertanyaan kurang dari 0,05. Selain itu, menurut Sugiyono (2009:120) “Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat validitas adalah kalau  $r = 0,231$ . Sehingga korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,231. maka, butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid”.

Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen, dilakukan uji coba instrumen dan analisis menggunakan Uji Korelasi *Pearson* untuk mendapatkan nilai probabilitas yang nantinya dibandingkan dengan nilai pada taraf signifikan 95% atau  $\alpha = 5\%$ .

#### b) Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2006: 178) reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas pada penelitian ini adalah reliabilitas internal, yaitu menganalisis data dari sekali pengketesan.

Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus *alpha* :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_{b^2}}{\sigma_{1^2}} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir soal

$\sum \sigma_{b^2}$  = jumlah varians butir

$\sigma_{1^2}$  = varians total

Selanjutnya Uji reliabilitas ini menggunakan bantuan program SPSS 17for windows. Koefisien reabilitas yang diperoleh dibandingkan dengan alpha min 0,60. Kriteria penggunaan rumus ini, apabila  $r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$ , maka butir soal instrumen tersebut dikatakan tidak

reliabel, dan sebaliknya. Item-item instrumen yang dinyatakan reliabel berarti sudah memadai untuk digunakan menjangkau data penelitian.

c) UjiNormal

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variabel dependent, variabel independent, atau keduanya memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas sebaran skor dilakukan pada Pengaruh Terhadap Brand Awareness dan Brand Attitude dengan *Kolmogorov-Smirnov*. Suatu variabel dinyatakan normal apabila pengujian dengan menggunakan *Uji Kolmogorov-Smirnov* ini menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0.05 (Ghozali, 2006).

## G. Teknik Analisis Data

Pada bagian ini, akan dijelaskan tentang analisis statistik deskriptif, analisis regresi dan uji hipotesis.

Sugiyono (2009:144) mengemukakan statistik parametrik sebagai “Parameter populasi melalui statistika dengan menguji ukuran populasi melalui data sampel”. Teknik analisis data dengan menggunakan program *SPSS for Windows* dengan versi 17.0. Untuk dapat mengolah hasil penelitian ini diperlukan analisis data, dimana akan diperoleh kesimpulan yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Seperti yang diungkapkan Sugiyono di atas, bentuk analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis parameter. Hal ini dikarenakan terdapat populasi yang harus diuji dan

digunakan untuk parameter populasi melalui statistik atau menguji ukuran populasi melalui data sampel. Analisis data yang digunakan adalah analisa statistik yang terdiri atas analisis statistik deskriptif dan analisa statistik inferensial.

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Sugiyono (2009:105) mendefinisikan “Statistik deskriptif sebagai cara yang digunakan untuk menganalisa data, dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Teknik analisis data yang digunakan dalam mendeskripsikan atau menggambarkan data adalah teknik *Analisis Prosentase (%)*, yaitu untuk mendiskripsikan bagaimana Pengaruh Iklan terhadap *Brand Awareness* dan *Brand Attitude* pada produk rokok Sampoerna A Motion.

Rumus Teknik Prosentase, sebagai berikut :

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = persentase;

F = frekuensi;

N = Jumlah responden.

Skor Iklan terhadap *Brand Awareness* dan *Brand Attitude* diklasifikasikan dengan menggunakan Pedoman Kelas Interval.

Menentukan skala interval ini digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Range ( R )} \\ i = \frac{\text{Range ( R )}}{\sum i} \times 100\%$$

Keterangan :

i = interval

$\sum i$  = jumlah interval yang dikehendaki

R = jarak pengukuran (nilai tertinggi – nilai terendah).

Tabel 3.2 Klasifikasi Skor Responden tentang Pengaruh Iklan terhadap *Brand Awareness* dan *Brand Attitude* pada produk rokok Sampoerna A Motion

Skor	Nilai	Kategori	Keterangan
1	56 – 65	D	Tidak Setuju
2	66 – 75	C	Kurang Setuju
3	76 – 85	B	Setuju
4	86 – 100	A	Sangat Setuju

Sutrisno Hadi (2006).

Dari tabel 3.3 tersebut di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Bagi responden yang memiliki Nilai 54 sampai 65 dikatakan memiliki nilai dengan kategori rendah; kalau 64 sampai 75 dikatakan responden memiliki nilai dengan kategori cukup, dan jika 74 – 85 dikatakan bahwa responden memiliki nilai yang dengan kategori baik dan jika nilai yang diperoleh 86 - 100 maka dikatakan responden memiliki nilai dengan kategori baik sekali.

## 2. Analisis Regresi

Tujuan analisa regresi adalah untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat baik secara parsial maupun simultan. Analisa data penelitian ini menggunakan analisa Regresi Linear Berganda yang fungsinya adalah untuk mengetahui

pengaruh secara bersama-sama (*stimultan*) maupun sendiri-sendiri (*parsial*) antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Adapun rumus persamaan Regresi Linear Berganda adalah sebagai berikut : (Arikunto, 2006:296), dengan persamaan:

$$Y_1 = a + b_1X_1 + e$$

$$Y_2 = a + b_2X_2 + e$$

Dimana :

X = Variabel Bebas (Iklan)

Y<sub>1</sub> = Variabel Intervening (*Brand Awareness*)

Y<sub>2</sub> = Variable Terikat (*Brand Attitude*)

a<sub>1</sub> = Bilangan Konstanta

b<sub>1</sub>b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi

e = Error Term

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Hadi (2006) mengemukakan rumus uji F adalah sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Dimana  $F$  = Pendekatan distribusi probabilitas Fisher

$R$  = Koefisien regresi

$n$  = Jumlah data



$k$  = Jumlah variabel bebas

Setelah dilakukan analisis, kemudian membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  atau bisa juga dengan memperhatikan sig F lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau sig F lebih besar 0,05. Dari keterangan di atas, dapat ditarik kesimpulan apakah hipotesis nol ( $H_0$ ) atau hipotesis alternatif ( $H_a$ ) tersebut ditolak atau diterima.

Berikut ini adalah kriteria penerimaan dan penolakan suatu hipotesis :

- 1) Nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.
- 2) Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

Atau dengan melihat signifikansi F. Berikut ini adalah kriteria untuk penerimaan dan penolakan suatu hipotesis :

- 1) Signifikan  $F \leq 0,05$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.
- 2) Signifikan  $F > 0,05$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

#### **b. Pengujian t**

Dalam penelitian ini dilakukan uji t yang fungsinya adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Uji t dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut : (Hadi, 2000:33).

$$t = \frac{b - \beta}{s}$$

Dimana :

$b$  = Koefisien regresi

$\beta$  = Probabilitas interval

$\hat{s}$  = Standar error

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau bisa juga dengan memperhatikan sig  $t$  lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau sig  $t$  lebih besar 0,05. Dari keterangan di atas, dapat ditarik kesimpulan apakah hipotesis nol ( $H_0$ ) atau hipotesis alternatif ( $H_a$ ) 1, 2, 3 dan 4 tersebut ditolak atau diterima.

Berikut ini adalah kriteria untuk penerimaan dan penolakan suatu hipotesis :

- 1) Nilai  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.
- 2) Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

Atau dengan melihat signifikansi  $t$ . Berikut ini adalah kriteria untuk penerimaan dan penolakan suatu hipotesis :

- 1) Signifikansi  $t \leq 0.05$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) akan ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

- 2) Signifikansi  $t > 0.05$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) akan diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

